



COMUNICAÇÃO POR CARLA GUEDES*

Activo reputação

QUAL É O MAIOR ACTIVO da sua empresa? Os colaboradores, o capital ou a imagem pública, as percepções do mercado, no fundo, a sua reputação? E ao nível da imagem pública, o que valoriza mais? Aquilo que a sua empresa transmite ao mercado, através de campanhas de imagem, ou a credibilidade que o mercado lhe reconhece e o respeito que já conquistou junto dos seus parceiros de negócio? Se for este o caso, então estamos a falar de reputação. Estamos a falar do trabalho que a sua empresa, com os seus colaboradores, já desenvolveu, com sucesso, ao longo do tempo e que a tornaram singular. Estamos a falar de solidez, não apenas financeira mas do activo sólido reputação; daquilo que dizem e pensam de si quando você não está presente, daqueles valores que fazem com que outros o recomendem, acreditem e confiem no seu trabalho.

Imagine agora o seguinte cenário:

conseguiu construir e reter uma boa equipa, a empresa vive um momento de solidez financeira, mas sofreu uma crise que fragilizou a sua imagem pública. Os clientes começam a perder a confiança e a questionar a sua capacidade de resposta. Ou seja: a sua credibilidade "não está de boa saúde". Então, um dos principais activos da sua empresa, e o mais difícil de recuperar, está seriamente ameaçado: a reputação!

Está perante um desafio, o mais complexo de todos; recuperar aquilo que leva anos a construir e a solidificar. Só há um caminho e passa por olhar este activo – reputação – como um investimento crucial para o sucesso do seu negócio. O mesmo é dizer para o futuro da sua empresa e da sua afirmação no mercado, distinguindo-se da concorrência.

Não é um caminho fácil. Exige estratégia, planeamento, bom senso, seriedade, demonstração concre-

ta dos valores que a empresa defende e com base nos quais se posiciona no mercado, conseguindo assim repercuti-los no seu "capital imagem".

Estamos simplesmente a falar de gestão. Gestão da confiança, gestão da credibilidade, gestão da notoriedade, gestão de relações duradouras com stakeholders. Em suma, estamos a falar da gestão da sua empresa, mas com uma visão holística, tendo consciência dos distintos activos que tem de gerir e que é crucial não apenas parecer (aquilo que diz ao mercado) mas também ser.

Nós defendemos (e estudos há que o demonstram) que por todos estes motivos gerir reputação é um excelente investimento e não um custo. É uma corrida de fundo, não um percurso curto com resultados imediatos, não devendo por isso andar ao sabor de "modas" e tendências de marketing. A reputação deve ser construída e alimentada. É estratégica e não apenas tática. Constitui um investimento que, bem gerido, pode transformar-se num grande retorno.

É o activo reputação!

www.reputation.com.pt